

## THE RELATIONSHIPS BETWEEN TRAVEL MOTIVATION, LIST OF VALUE, PERCEPTION, AND TRAVEL DECISION IN HEALTH PROMOTION TOURISM OF INTERNATIONAL TOURISTS IN PATTAYA, CHON BURI PROVINCE, THAILAND

Tassawarin Wuttisarnwarakorn<sup>1\*</sup>, Surat Supichayangkool<sup>1</sup>,  
Sawitree Bintasan<sup>1</sup>, Chavala Teanprasertkit<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Graduated School Of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

### ABSTRACT

The research was to study the relationship among personal factors, travel motivation, list of value, knowledge perception, and travel decision of international tourists in health promotion tourism in Pattaya, Chonburi. The sample group consisted of 400 international tourists who could speak, read, and write, and converse in English. 90.91 % was the percentage of tourists who returned the questionnaires distributed. Questionnaires were used for data collection and the data analysis was done through Statistic Package of Social Sciences for Window. The statistics used included frequency, percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance, and Multiple Regression Analysis.

The findings revealed that tourists with different personal factors, type of health service, and marital status had no difference in travel decision in health promotion tourism in Pattaya, Chonburi. However, international tourists whose personal factors concerning nationality, gender, age, occupation, educational background, monthly income, and duration of travel were different had difference in travel decision in health promotion tourism at the level of significance of 95 %. The motivation relating to impulsion had positive effect on travel decision in health promotion tourism at the significance level of 95 %. List of value had a positive effect on travel decision in health promotion tourism at the significance level of 95 %. Knowledge perception also has a positive effect on travel decision in health promotion tourism at the significance level of 95 %.

**Keywords:** Motivation, list of value, perception, travel decision, health promotion tourism

---

\*Corresponding author : E-mail address : tassy\_kao@hotmail.com

## การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ทศวารินทร์ วุฒิสารวรกรรม<sup>1</sup>, สุรติ สุพิชฌาย์<sup>1</sup>, สวัสดิ์ บินทสันต์<sup>1</sup>, ชวลา เทียนประเสริฐกิจ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>วิทยาลัยพณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถอ่าน เขียน และสนทนาภาษาอังกฤษได้ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 90.91 ของแบบสอบถามทั้งหมด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window โดยมีสถิติที่ใช้ดังนี้ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านประเภทของการบริการสุขภาพและสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสัญชาติ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยหลักด้านมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่านิยมในการดำเนินชีวิตมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการรับรู้ข่าวสารมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจ, ค่านิยมในการดำเนินชีวิต, การรับรู้ข่าวสาร, การตัดสินใจเดินทาง, ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ



## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพของตนเองมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากการที่มีสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่มุ่งเป้าการตลาดในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอาหารสถานที่ออกกำลังกาย การนวด ไม่เว้นแม้กระทั่งเรื่องของการท่องเที่ยว (พรหมนิมิตร์ เมธากาญจนศักดิ์, 2549) ซึ่งรัฐบาลพยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย โดยเน้นไปที่การส่งเสริมมาตรฐานสถานบริการและบุคลากร รวมทั้งการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม เช่น สปาไทย การนวดแผนไทย ซึ่งในขณะนี้กำลังได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้น เราจึงควรร่วมกันประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยูจกอย่างแพร่หลาย เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจะเน้นประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวควรจะได้เป็นหลัก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche market) ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ด้วย (สิริภรณ์ ภิญโญโชติ, 2549) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งผลด้านบวกต่อประเทศทั้งในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายความตึงเครียด ได้รับการบำบัดทั้งด้านร่างกาย และ อารมณ์ รวมทั้งช่วยส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตอีกด้วย (กานต์วีณัฐ ชัยศิริ, 2550) จังหวัดชลบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มี สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย และประกอบกับการเดินทางสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยเฉพาะเมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวและมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กานดา เขียวอิม, 2549) ซึ่งจากสถิติที่ผ่านมาพัทยามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทุกภูมิภาคทั่วโลกเดินทางเข้ามาเป็น

จำนวนมากโดยใน 3 ไตรมาส แรกของปี พ.ศ. 2552 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาจำนวนมากถึง 1,739,611 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของพัทยาคงคู่กับการสร้างให้เกิดเป็นจุดหมายปลายทางที่เต็มไปด้วยแรงดึงดูดและเชื้อเชิญให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว จึงเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาว่าด้วยธุรกิจการท่องเที่ยวของไทย ที่ไม่อาจกำหนดขึ้นเพียงเพื่อตอบสนองกับความต้องการในเชิงการตลาดชั่วคราวช่วยยาม หากจำเป็นต้องเกิดขึ้นจากกรอบโครงทางความคิดคำนึงที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของทิศทางการพัฒนา และตำแหน่งของการเป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ในระดับสากลด้วย (สมศักดิ์ ดำรงสุนทรชัย, 2552) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งนำไปใช้เป็นแนวทางให้เกิดประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์กิจกรรม และวางแผนสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

## สมมติฐานของการวิจัย

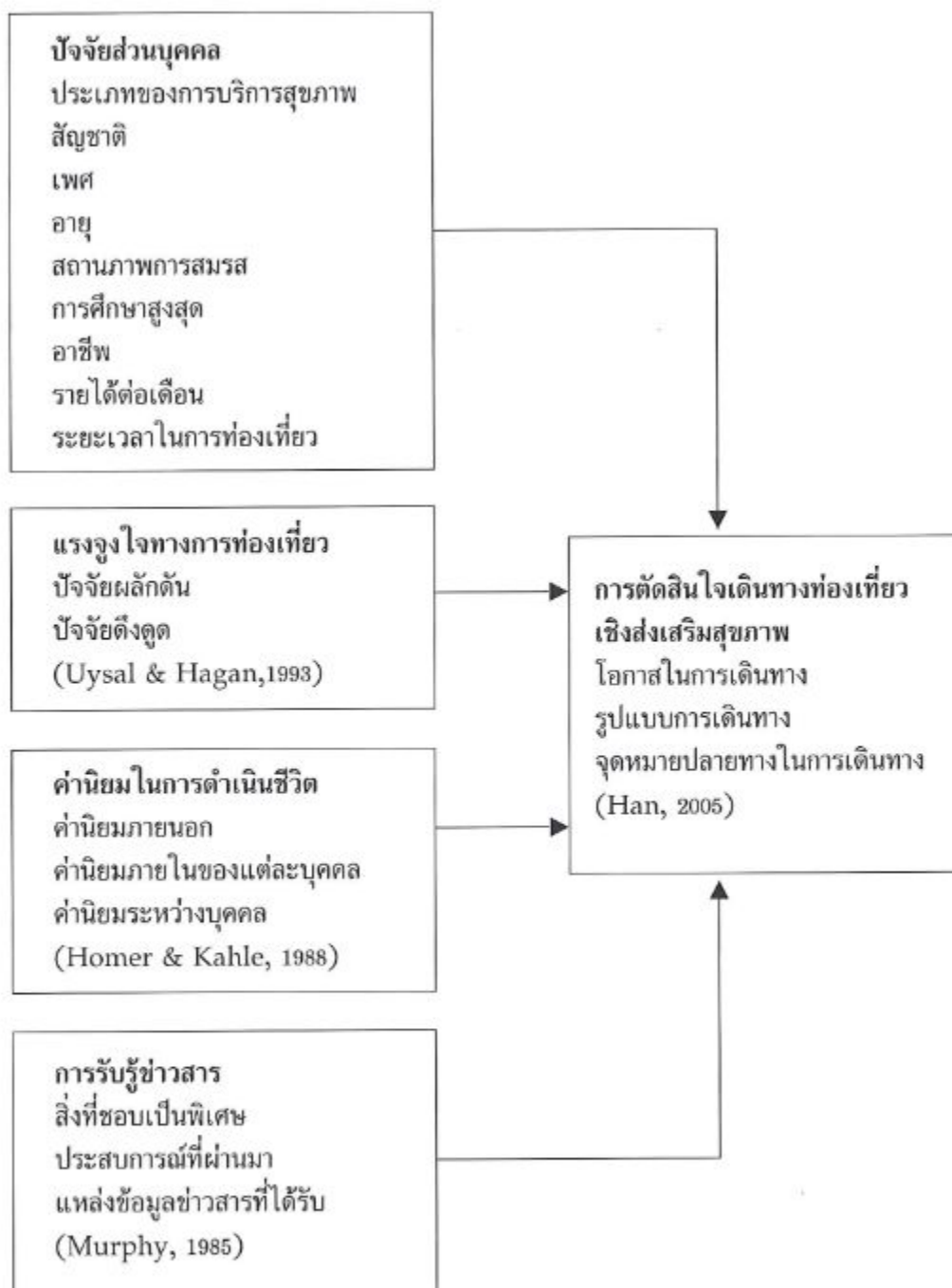
1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. ปัจจัยด้านค่านิยมในการดำเนินชีวิต มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

4. ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย





## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เมื่อทราบระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากขึ้น

2. ค่านิยมในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3. ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว นักการตลาด และนักโฆษณา สามารถนำผลการวิจัยในส่วนของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ กิจกรรม และวางแผนสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว Uysal and Hagan (1993) ได้นำเสนออิทธิบาทสำคัญของปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push and pull factors) ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยผลักดันนั้นทำหน้าที่เป็นเหมือนโครงสร้างทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลในการช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยว (McGhee, Loker-Murphy, & Uysal, 1996) หรืออาจกล่าวได้ว่าปัจจัยผลักดันนั้นจะช่วยอธิบายให้เข้าใจได้ว่าบุคคลนั้น ๆ จะถูกผลักดันให้ตัดสินใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างไร ในขณะที่ปัจจัยดึงดูดนั้นจะถูกอธิบายได้ว่า เป็นปัจจัยที่จูงใจให้ปลายทางในการท่องเที่ยวมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างไร โดยปัจจัยผลักดันนั้นจะมีลักษณะสำคัญอยู่ที่ความปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันไปพักผ่อน

หรืออาจจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของชื่อเสียง สุขภาพของบุคคลนั้น ๆ หรือแม้กระทั่งความต้องการผจญภัย หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมอื่น ๆ ที่แตกต่างไปจากสังคมปกติของตนอีกด้วย (Uysal & Hagan, 1993)

2. แนวคิดเรื่องค่านิยมในการดำเนินชีวิต List of Values หรือ LOV เป็นเครื่องมือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตอีกลักษณะหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาในปี ค.ศ. 1983 โดย Kahle and Timmer ซึ่งเป็นนักวิจัยจาก University of Michigan Survey Research Center โดยใช้ทฤษฎีต่าง ๆ ในอดีตเป็นพื้นฐาน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวัด LOV โดยแบ่งค่านิยมออกเป็น 3 ประเภท ตามการแบ่งของ Homer & Kahle (1988, Cited in Mowen & Minor, 2001; Kahle, 1983, Cited in Marieke de Mooij, 1994) ได้แก่ ค่านิยมภายนอก (External values) ค่านิยมภายในของแต่ละบุคคล (Internal values) และค่านิยมระหว่างบุคคล (Interpersonal values)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ (Perception) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และการกระทำทางพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลที่มีต่อตัวกระตุ้นที่อยู่ภายนอกเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและการสื่อสาร ทศนคติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537) ซึ่ง Murphy (1985) กล่าวว่า การรับรู้ถึงทางเลือกในเรื่องของการเดินทางไปพักผ่อนและทางเลือกในเรื่องจุดหมายในการเดินทางนั้นจะเกิดมาจากปัจจัย 3 อย่างได้แก่ ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Past Experiences) สิ่งที่ชอบเป็นพิเศษ (Preferences) และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา (Hearsay)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง Jeng (2000) ได้ศึกษาถึงธรรมชาติของลำดับขั้นในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวและพบว่า

การวางแผนการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยพฤติกรรม การตัดสินใจหลายขั้นตอน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีการตัดสินใจในเรื่องอื่น ๆ หลายอย่างนอกเหนือจากการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ก่อนที่จะมีการออกเดินทางจริง ๆ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบของการตัดสินใจเดินทาง 3 ด้าน ตามที่ Han (2005) ได้รวบรวมไว้ คือ โอกาสในการเดินทาง (Travel likelihood) รูปแบบการเดินทาง (Travel style) และจุดหมายปลายทางในการเดินทาง (Travel destination)

5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด อบ ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่น ๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion tourism)

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health healing tourism) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

โดยการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 440 ชุด โดยการสุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถ อ่าน เขียน และสนทนาภาษาอังกฤษได้ ทุก 3 คนที่เดินผ่านด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic sampling) โดยการแจกแบบสอบถามเป็นเวลา 2 สัปดาห์ สถานที่แจกแบบสอบถาม คือ ชายหาดพัทยาเหนือ จำนวน 110 คน ชายหาดพัทยากลาง จำนวน 110 คน ชายหาดพัทยาใต้ จำนวน 110 คน และชายหาดจอมเทียน จำนวน 110 คน

ในการสร้างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ โดยมีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 – 1.0 ตามเกณฑ์ของ Rininelli and Hambleton (1977) หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability analysis) ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) โดยใช้ค่า Cronbach's alpha ที่เกิน 0.60 (Cronbach, 1951; Nunnally, 1978) เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้ว ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ซึ่ง Snell and Dean (1992) ใช้หลัก 2-stage rule (Nunnally, 1978) โดยดูค่า Loading (Hair, 1995) เพื่อที่จะแบ่งกลุ่มตัวแปร ซึ่งก่อนการทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ตัวแปรแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมี 2 ด้าน 11 ข้อคำถาม ตัวแปรค่านิยมในการดำเนินชีวิตมี 3 ด้าน 12 ข้อคำถาม ตัวแปรการรับรู้ข่าวสารมี 3 ด้าน 16 ข้อคำถาม และตัวแปรการตัดสินใจเดินทางมี 3 ด้าน 12 ข้อคำถาม และหลังจากที่ได้วิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ตัวแปรแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมี 2 ด้านเท่าเดิม โดยตัดข้อคำถามไป 2 ข้อ จึงเหลือ 9 ข้อคำถาม ตัวแปรค่านิยมในการดำเนินชีวิตมี 3 ด้านเท่าเดิม โดยตัดข้อคำถามไป 1 ข้อ จึงเหลือ 11 ข้อคำถาม และมีการเปลี่ยนชื่อตัวแปรย่อยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับข้อคำถามด้วย ตัวแปรการรับรู้ข่าวสารมี 3 ด้าน 16 ข้อคำถามเท่าเดิม



แต่มีการเปลี่ยนชื่อตัวแปรย่อยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับข้อคำถาม และตัวแปรการตัดสินใจเดินทางมี 3 ด้านเท่าเดิม โดยตัดข้อคำถามไป 3 ข้อ จึงเหลือ 9 ข้อคำถาม

การทดสอบการกระจายของข้อมูล จะใช้ทฤษฎีแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง (Central limit theorem) ของ (Daniel & Terrell 1995; Cited in DeFusco et al., 2007) ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถจะนำมาวิเคราะห์สถิติ Multiple regression ได้นั้น ควรจะมีกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำต่อจำนวนตัวแปรต้นในอัตราส่วน 1: 5 (Hair et al., 1996) ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้ตัวแปรต้นมีจำนวนทั้งหมด 8 ตัว คิดเป็น 50: 1 และใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำของ Tabachnick and Fidell (1996) ที่สามารถทำได้จากสมการ  $50 + 8k$  ซึ่ง  $k$  คือ ตัวแปรต้น ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ 114 ตัวอย่าง ส่วนการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) จะทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Testing multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance ถ้าค่าน้อยกว่า 0.1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (Menard, 1995) และพิจารณาจากค่า VIF ถ้าค่ามากกว่า 10 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (Myers, 1990) โดยสถิติที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance และ Multiple Regression Analysis

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 440 ชุด พบว่า มีแบบสอบถามตอบกลับเป็นจำนวน 440 ชุด คิดเป็น 100% และได้คัดแบบสอบถาม

ที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็น 90.91% มาทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 เคยใช้บริการสุขภาพประเภทการนัดแผนไทยมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 มีสัญชาติอังกฤษ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี และช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 94 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 มีรายได้ต่อเดือน \$35,001 - \$55,000 จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ( $= 3.75$ ,  $SD = 0.58$ ) ค่านิยมในการดำเนินชีวิตอยู่ในระดับสำคัญมาก ( $= 3.94$ ,  $SD = 0.48$ ) การรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ( $= 3.64$ ,  $SD = 0.57$ ) และการตัดสินใจเดินทางอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ( $= 3.59$ ,  $SD = 0.63$ )



## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	ปัจจัย	การตัดสินใจเดินทาง	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.1.1	ประเภทของการบริการ สุขภาพ	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.1.2	ประเภทของการบริการ สุขภาพ	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.1.3	ประเภทของการบริการ สุขภาพ	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.1.4	ประเภทของการบริการ สุขภาพ	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.2.1	สัญชาติ	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.2.2	สัญชาติ	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.2.3	สัญชาติ	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.2.4	สัญชาติ	ภาพรวม	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.3.1	เพศ	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.3.2	เพศ	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.3.3	เพศ	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.3.4	เพศ	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.4.1	อายุ	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.4.2	อายุ	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.4.3	อายุ	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.4.4	อายุ	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.5.1	สถานภาพการสมรส	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho

สมมติฐานที่	ปัจจัย	การตัดสินใจเดินทาง	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.5.2	สถานภาพการสมรส	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.5.3	สถานภาพการสมรส	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.5.4	สถานภาพการสมรส	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.6.1	การศึกษาสูงสุด	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.6.2	การศึกษาสูงสุด	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.6.3	การศึกษาสูงสุด	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.6.4	การศึกษาสูงสุด	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.7.1	อาชีพ	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.7.2	อาชีพ	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.7.3	อาชีพ	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.7.4	อาชีพ	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.8.1	รายได้ต่อเดือน	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.8.2	รายได้ต่อเดือน	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.8.3	รายได้ต่อเดือน	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.8.4	รายได้ต่อเดือน	ภาพรวม	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.9.1	ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.9.2	ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho

สมมติฐานที่	ปัจจัย	การตัดสินใจเดินทาง	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.9.3	ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
1.9.4	ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	ภาพรวม	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
2.1	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
2.2	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
2.3	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
2.4	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	ภาพรวม	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
3.1	ค่านิยมในการดำเนินชีวิต	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
3.2	ค่านิยมในการดำเนินชีวิต	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
3.3	ค่านิยมในการดำเนินชีวิต	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
3.4	ค่านิยมในการดำเนินชีวิต	ภาพรวม	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
4.1	การรับรู้ข่าวสาร	ด้านโอกาสในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
4.2	การรับรู้ข่าวสาร	ด้านรูปแบบในการเดินทาง	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
4.3	การรับรู้ข่าวสาร	ด้านจุดหมายปลายทาง ในการเดินทาง	ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho
4.4	การรับรู้ข่าวสาร	ภาพรวม	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก Ho



## สรุปและอภิปรายผล

ในส่วนของการปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากผลการวิจัยพบว่า ประเภทของการบริการสุขภาพและสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพไม่แตกต่างกัน ในขณะที่สัญชาติ เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน ส่วนการศึกษาสูงสุดและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านจุดหมายปลายทางแตกต่างกัน และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านโอกาสในการเดินทางและรูปแบบการเดินทางแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ที่ประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ซึ่งถือเป็นปัจจัยอิทธิพลจากภายนอกนั้น เป็นปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล จนเป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทาง รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนชัย ชูมาก (2544) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาสมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การมีรายได้เพิ่มมากขึ้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ช่วยให้การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทำได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการมีวันหยุดพักผ่อนที่มากขึ้นด้วย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1 สัปดาห์ ส่วนแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดนั้น จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันเท่านั้นที่มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kipchillat (2004) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและการรับรู้ข่าวสารที่มีอิทธิพล

ต่อพฤติกรรมการเลือกของผู้บริโภค กรณีศึกษาการท่องเที่ยวประเทศเคนย่า พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านกายภาพมีอิทธิพลอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวต่อการเลือกประเทศเคนย่าเป็นจุดหมายปลายทาง รวมทั้งงานวิจัยของ วัฒนชัย ชูมาก (2544) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาสมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวจะมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งปัจจัย โดยทั่วไปแล้ว ปัจจัยผลักดันที่ทำให้คนออกเดินทาง คือ ความต้องการที่จะตอบสนองความต้องการทางร่างกายหรือความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งนักจิตวิทยาเชื่อว่าหลังการทำงานหนัก หากมนุษย์ได้พักผ่อนอย่างเหมาะสมแล้ว มนุษย์จะมีร่างกายที่สดชื่นแข็งแรง และกลับไปทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล ทองเจริญ (2552) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการด้านสุขภาพของโรงแรมที่พักและรีสอร์ทในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการด้านสุขภาพมากที่สุดคือเพื่อผ่อนคลายจากความเครียด รองลงมาคือเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง และเพื่อค่านิยมกลุ่ม (แฟชัน) ทางด้านค่านิยมในการดำเนินชีวิตที่ประกอบด้วย ความสามัคคี ความสำเร็จ และความสุข จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมในการดำเนินชีวิตทั้ง 3 ด้าน มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางด้านโอกาสในการเดินทางและรูปแบบการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kipchillat (2004) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและการรับรู้ข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกของผู้บริโภค กรณีศึกษา การท่องเที่ยวประเทศเคนย่า พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตใช้ในการทำนายการเลือกจุดหมายปลายทางได้ผลดีกว่าการใช้รูปแบบของการหยุดพักผ่อน อีกทั้งยังสนับสนุนแนวคิดของ Kotler (2002)

ที่เสนอว่าส่วนประกอบต่าง ๆ นั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบของความคิดสองแบบที่เกิดมาจากรูปแบบที่มองเห็น โดยแบบหนึ่งเสนอว่า เป้าหมายของบุคคลมักจะขึ้นอยู่กับรูปลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของตัวเอง ในขณะที่อีกแบบหนึ่งเสนอว่า รูปลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลนั้นเกิดมาจากอิทธิพลของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ที่มีค่านิยมเป็นองค์ประกอบ มีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางและการบริการทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ส่วนการรับรู้ข่าวสารที่ประกอบด้วย ประสบการณ์ที่พึงพอใจ แหล่งข้อมูลพื้นฐาน และแหล่งข้อมูลที่ได้รับค่านิยม จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารทั้ง 3 ด้าน มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kipchillat (2004) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและการรับรู้ข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกของผู้บริโภค กรณีศึกษาการท่องเที่ยวประเทศเคนยา พบว่า ประสบการณ์การเดินทางในอดีต การบอกต่อและสิ่งที่ชอบเป็นพิเศษ มีอิทธิพลทางบวกต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อีกทั้งงานวิจัยของ อมรรัตน์ วงศ์เป็ง (2550) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีระดับความสำคัญของการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีเพื่อนหรือบุคคลอื่นแนะนำให้มาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และด้านประสบการณ์ในอดีตจากการมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ นวลขาว (2546) ซึ่งศึกษาเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตภาคใต้ตอนบน พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ

การท่องเที่ยวของจังหวัดมีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับมากทางวิทยุและเอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง และทางอินเทอร์เน็ตในระดับน้อยที่สุด รวมทั้งงานวิจัยของกนกวรรณ ธานิสะพงศ์ (2547) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาพบว่า ประชาชนพบเห็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากโทรทัศน์มากที่สุด ทำให้รู้สึกว่ายากไปเที่ยว สื่อจากโทรทัศน์นั้นประชาชนชอบมากที่สุด และเป็นสื่อโฆษณาที่ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้ทำการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

1. ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐควรกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยเน้นในเรื่องของการนวดแผนไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของไทย ส่วนจังหวัดที่เป็นเมืองหลักทางด้านการท่องเที่ยว ควรกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแผนพัฒนาจังหวัดทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้การดำเนินกิจการของสถานบริการทางสุขภาพเป็นไปอย่างต่อเนื่องและกระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงอุตสาหกรรม ควรทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวต่างชาติ และควรมีแหล่งข้อมูลข่าวสารสถานบริการทางสุขภาพที่มีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรดำเนินการให้การสนับสนุนธุรกิจทางด้านสุขภาพ โดยในด้านบุคลากร ควรมีสถาบันที่มีมาตรฐานทำการฝึกอบรมให้แก่บุคลากร ในหลักสูตรของการบริการทางสุขภาพประเภทต่าง ๆ รวมทั้งจัดสอบเพื่อให้บุคลากรผ่านเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีใบวุฒิบัตรรับรอง

2. ในด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ควรมีการทำ Road show ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพส่วนบุคคล การให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่มีในประเทศไทย รวมทั้งผลที่จะได้รับ หลังจากการใช้บริการ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนหันมา รักสุขภาพตนเองมากขึ้นและอยากที่จะใช้บริการ ทางสุขภาพ จะได้เป็นแรงผลักดันให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น นอกจากการสร้างแรงผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายหันมาใส่ใจและรักสุขภาพตนเองแล้ว ควรมีการสร้างค่านิยมใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการจัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีการกำหนดรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และเอกสารต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานบริการทางสุขภาพ รวมทั้งให้การสนับสนุนและร่วมมือกับภาคธุรกิจ ในท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางสุขภาพต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

3. ในด้านการรับรู้ข่าวสาร ควรมีการพัฒนาข้อมูลทางด้านสื่ออินเทอร์เน็ตให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ จะทำให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้กว้างไกล เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วโลก และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังเปิด

โอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น สามารถเชื่อมถึงกันได้อย่างรวดเร็ว และนำเสนอข้อมูลได้อย่างละเอียดครบถ้วน

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ควรทำการประชาสัมพันธ์เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยอาจจัดเป็นทัวร์สุขภาพหรือการท่องเที่ยวแบบพำนักรยาว ส่วนทางด้านบุคลากรควรสนับสนุนให้ได้รับการฝึกทักษะอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย ได้แก่ ทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และทักษะทางด้าน การให้บริการ เช่น มารยาท การตรงต่อเวลา และความซื่อสัตย์ เป็นต้น ด้านการบริการ ควรมีการควบคุมมาตรฐานการให้บริการอย่างเข้มงวด เพื่อให้การบริการได้มาตรฐานและป้องกันการให้บริการอื่น แอบแฝง รวมทั้งควรมีการควบคุมอัตราค่าบริการให้อยู่ในระดับราคามาตรฐานด้วย

2. ในด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว การที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น เราจะต้องเจาะกลุ่มประเทศที่ให้ความสนใจและรักสุขภาพ เพื่อจะได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง รวมทั้งให้การสนับสนุนและร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางสุขภาพต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

3. ในด้านค่านิยมในการดำเนินชีวิต จากผลการศึกษาพบว่า ค่านิยมในการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละประเทศก็มีค่านิยมที่แตกต่างกันไป ซึ่งค่านิยมในการดำเนินชีวิตนี้ก็เปรียบเสมือนเป็นวัฒนธรรมของแต่ละประเทศด้วย เราจะต้องศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ ซึ่งจะช่วยให้เราได้รู้จักและเข้าใจพฤติกรรมทางสังคม เช่น ความชอบ ความสนใจ และลักษณะนิสัยบางอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เราจะได้เจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง



4. ในด้านการรับรู้ข่าวสาร ผู้ประกอบการรวมทั้งบุคลากรทุกคนจะต้องปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีในทุก ๆ ด้าน เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้วจะเกิดการบอกต่อกันในทางที่ดีและชักชวนกันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก เนื่องจากสื่อบุคคลจะเป็นสิ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะสื่อบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นชาวรัสเซีย ซึ่งส่วนใหญ่ไม่เข้าใจภาษาอังกฤษ จึงควรทำแบบสอบถามที่เป็นภาษารัสเซียเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

2. งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาซ้ำในตัวแปรเดิมพื้นที่เดิม และกลุ่มตัวอย่างเดิม แต่เป็นการศึกษาในช่วงเวลาที่เปลี่ยนไป เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับงานในครั้งนีว่าการศึกษาตัวแปรเดิมในช่วงเวลาที่แตกต่างกันไปนั้น ผลการวิจัยจะออกมาเหมือนกับ

การศึกษาก่อนหน้าหรือไม่ เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในอนาคตต่อไป

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังมีความแตกต่างกันในด้านของสภาพแวดล้อม รวมถึงศักยภาพในการดำเนินงานของแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมสามารถที่จะนำมาเปรียบเทียบและเป็นแนวทางในการพัฒนาสถานบริการทางสุขภาพให้เข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้ในอนาคต

4. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา เพื่อจะได้ทราบถึงพฤติกรรมของการท่องเที่ยวและปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศขณะที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

5. ศึกษาภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ จะทำให้สามารถรู้ได้ว่าภาพลักษณ์ของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพหรือไม่

## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ธาณิสระพงศ์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กานต์วีณัฐ ชัยศิริมาศ. (2550). แผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ กรณีศึกษาศูนย์ไทยสัปปายะ จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วันที่ค้นข้อมูล 4 ธันวาคม 2552 เข้าถึงได้จาก <http://www.tat.or.th/uploaddept/>
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2546). แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว. วันที่ค้นข้อมูล 16 กรกฎาคม 2552 เข้าถึงได้จาก <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0021.pdf>
- นฤมล ทองเจริญ. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ ด้านสุขภาพของโรงแรมที่พักและรีสอร์ทในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรหมมินทร์ เมธากาญจนศักดิ์. (2549). รายงานการวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัฒนชัย ชูมาก. (2547). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิภาดา เขียวอ้อม. (2549). การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ, วิทยาลัยพณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริภรณ์ ภิญโญโชติ. (2549). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- ศิริวรรณ นวลขาว. (2546). การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตภาคใต้ตอนบน. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สมศักดิ์ ดำรงสุนทรชัย. (2552). ผู้จัดการ 360 องศา. วันที่ค้นข้อมูล 7 กรกฎาคม 2550 เข้าถึงได้จาก <http://www.siamsouth.com/smf/index.php?topic=5814.0>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). สถิตินักท่องเที่ยว. วันที่ค้นข้อมูล 19 พฤศจิกายน 2552 เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php>

- อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2546). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- DeFusco, R. A., McLeavey, D.W., Pinto, J.E., & Runkle, D.E. (2007). *Quantitative Investment Analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New Jersey: John Wiley & Sonns.
- Hair, J. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*. U.S.A.: Prentice-Hall.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Han, J.Y. (2005). *The Relationships of Perceived Risk to Personal Factors, Knowledge of Destination, and Travel Purchase Decisions in International Leisure Travel*. Retrieved November 10, 2009, from <http://proquest.umi.com/>
- Homer, P. M., & Kahle, L.R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality & Social Psychology*, 54(4), 638-646.
- Jeng, J. M. (2000). *Exploring the travel planning hierarchy, an interactive web experiment*. Unpublished Ph.D., Univeristy of Illinois at Urbana-Champaign, Urbana-Champaign.
- Kipchillat, C. J. (2004). *Motivation and Perceptions as Influencers of Consumer Choice Behavior: the Case of Tourism to Kenya*. Retrieved June 17, 2009, from <http://proquest.umi.com/>
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management* (5<sup>th</sup> ed). New Jersey: Prentice Hall.
- McGehee, N. G., Loker-Murphy, L., & Uysal, M. (1996). The Australian international pleasure travel market: motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45-57.
- Marieke de Mooij. (1994). *Advertising Worldwide: Concepts, Theories and Practice of International, Multinational and Global Advertising* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Prentice Hall.
- Menard, S. (1995). *Applied logisticRegression Analysis*. Sage University paper series on qualitative applications in the social sciences, 07-106. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Mowen, J. C. & Minor, M.S. (2001). *Consumer Behavior: A framework*. Upper Saddle River, New Jersey: Rentice.
- Hall.Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen.
- Myers, R. (1990). *Classical and Modern Regression with Applications* (2<sup>nd</sup> ed.). Boston, MA: Duxbury.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psycho Etric Theory*. New York: McGraw-Hill.



- Rorinelli, R.J. & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Snell, S. A. & Dean, J.W. (1992). Integrated manufacturing and human resource management: A human capital perspective. *Academy of Management Journal*, 35, 467-504.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics* (3rd ed.). New York: Harper Collins.
- Uysal, M. & Hagan, L. A. R. (1993). *Motivations of Pleasure Travel and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.